

Introducción a la función de oferta automática de Joom Ads

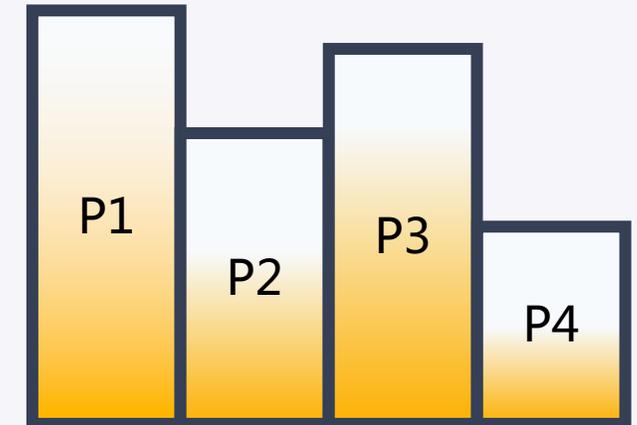
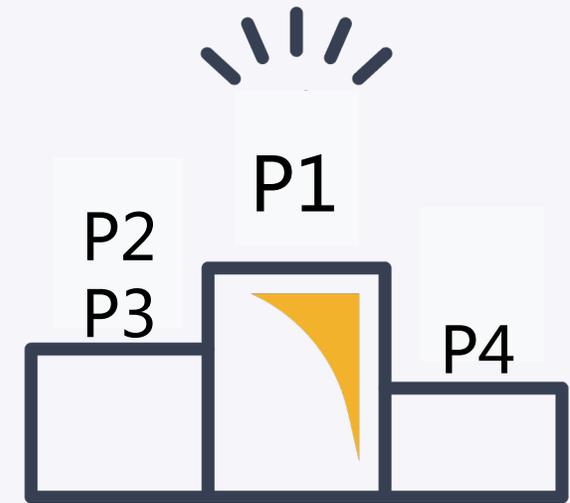


Ejemplo

Campaña A	
Producto 1	Producto 2
Presupuesto total: 50€ diarios	
Campaña B	
Producto 3	Producto 4
Presupuesto: 100€ diarios	

Asumir
Probabilidad de
compra de cada
producto

En la mayoría de los
casos, el sistema de
oferta automática
será cómo este →



Entonces...

En la vida real, los algoritmos de Joom podrán configurar las siguientes ofertas

- 1 P1 = 0.1€
- P2 = 0.025€
- P3 = 0.05€
- P4 = 0.001€

En la vida real, el coste de los algoritmos de Joom podría ser el siguiente:

- P1 - 0.05€
- P2 - No obtener ninguna impresión ✘
- P3 - 0.025€
- P4 - No obtener ninguna impresión ✘



Atributos que podrán afectar la oferta automática: **Presupuesto de la campaña y probabilidad de compra**



La oferta automática varía según el usuario



Los productos populares podrían consumir la mayor parte del presupuesto en una campaña.

P1: ¿Cómo influyo en las campañas de cada producto en el modo de oferta automática?

R: Los vendedores no pueden configurar las ofertas para productos específicos en modo de oferta automática, pero podrían aumentar o disminuir el presupuesto de la campaña para atraer más/menos tráfico.



Le recordamos que, con el modo de oferta automática, es más probable que consuma la totalidad del presupuesto diario.

P2: ¿Cómo me cobran si añado el mismo producto a múltiples campañas CPM con modo de oferta automática?

R: Sólo se impulsa el producto que tenga el presupuesto más grande en la campaña.

P3: ¿Por qué necesito la función de oferta automática cuando ya existe CPM?

R: La oferta automática se dirigirá a aquellos usuarios con mayores posibilidades de utilizarla y por ello, se configurarán ofertas altas de modo automático para atraerlos. Sin embargo, la oferta CPM se mantiene igual para todos los usuarios.

Nos hemos dado cuenta de que la función de oferta automática baja la campaña ACOS un 1-2% en promedio. Un ACOS más bajo significa publicidad más efectiva y mayores ganancias para los vendedores.

P4: Regla general de Joom Ads

1. Pruebe CPA (sin ningún riesgo) Si no funciona 🙅
2. Pruebe CPM (con Oferta Automática) Los riesgos son más altos, pero le hace conseguir impresiones.

Puede cambiar el presupuesto diario si los resultados no son satisfactorios.

3. CPM (con o sin oferta automática). Tiene pleno control de las ofertas.